

суб'єктів туристичної діяльності зосереджена у м. Київ, Дніпропетровській, Харківській та Одеській областях. Київ є найбільшою туристичною дестинацією України, улюбленим місцем відвідування туристів, лідером поїздок з діловою метою серед іноземних громадян. До першої 10 країн, туристи яких відвідували Київ у 2018 році увійшли: Ізраїль, США, Німеччина, Білорусь, Туреччина, Великобританія, Азербайджан, Франція, Італія, Грузія.

DESTINATION QUALITY MANAGEMENT ЯК ФІЛОСОФІЯ УПРАВЛІННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

DESTINATION QUALITY MANAGEMENT AS A PHILOSOPHY OF MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION OF TOURIST ACTIVITIES

С. П. Кожушко, д. пед. н., професор (Університет імені Альфреда Нобеля);

С. Г. Захарова, к. держ. упр., доцент (Університет імені Альфреда Нобеля)

Задоволеність очікувань подорожуючого від відвідування конкретних місць складається з суми оцінок якості всіх отриманих туристом послуг та продуктів.

Згідно з результатами опитувань, що були проведені серед різних верств населення, туристи частіше оцінюють свій досвід подорожі в комплексі, ніж згадують окремі її компоненти. Якщо ми говоримо про необхідність поліпшити якість, то пам'ятаємо про комплексність характеристики туристичного продукту, адже якість сприймається через елементи цілого, серед таких елементів пакет послуг туроператора, провайдерів додаткових послуг, що не увійшли до основного списку, концентрація турпотоків у просторі і часі, а також обмеженість знань самих туристів про якість продукту, нематеріальність і синхронність в його створенні та споживанні.

Географічна область, яку відвідує гість визначається терміном «напря́м» або «дестинація». Якість туристичного продукту не обмежується лише послугами окремих бізнесів, а включає в себе й загальну якість дестинації. Це дозволяє сформулювати конкретні цілі стратегічного управління якістю дестинації – DQM (destination quality management):

- зробити значний внесок у забезпечення довгострокової перспективи розвитку туризму в дестинації;
- сформувати у гостя відчуття атмосфери гостинності та уваги до його потреб на високому рівні якості;
- застосувати найкраще співвідношення ціни і якості та поліпшити конкурентні позиції;

- посилити лояльність туристів до даного напрямку;
- розширити ринок;
- репозиціонувати дестинацію.

DQM може працювати тільки в найтіснішому співробітництві з усіма найважливішими учасниками туріндустрії – з готелями, основними атракціями, закладами харчування, транспортними компаніями, музеями, розважальними закладами, магазинами, тощо, а також, що цілком зрозуміло, з місцевою владою. З вищезазначеного витікає, що DQM можна визначити як довгостроковий проект на рівні окремого напрямку, який потребує професійного менеджменту. На рівні дестинації проект поліпшує професіоналізм пропозиції та усуває проблеми у виборі атракції; додає нових інструментів, що є корисними для компанії, яка надає послуги; заохочує співробітництво між основними гравцями ринку всередині дестинації і формує його структуру; сприяє інноваційній діяльності; підвищує економічну ефективність та конкурентоздатність через постійне підвищення якості; веде до підвищення завантаження та дохідності через більшу привабливість напрямку та поліпшення іміджу.

Створення проекту DQM базується на таких складових:

- учасники ринку і влада беруть на себе відповідальність за покращення якості віх складових ланцюга послуг для туриста; персональне ставлення: потенціал і мотивація, цілеспрямованість дій всіх основних учасників та окремих членів команди;
- таймінг: старт проекту має бути потужним і добре розрахованим в часі;
- структура: організація проекту має бути зрозуміла з самого початку;
- фінанси: чітке фінансування самого проекту DQM та окремих заходів, визначення додаткових джерел фінансування.

Таким чином, якість дестинації повинна сприйматися як філософія дій по управлінню, що передбачають сприяння туризму не тільки як поля для конкуренції між окремими постачальниками послуг, а й як спільний бізнес для окремого регіону, міста або району.

THE ROLE OF PERSONNEL COMPONENT IN IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISES OF THE TOURIST SPHERE

РОЛЬ КАДРОВОЇ СКЛАДОВОЇ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

I. V. Drobish, Ph.D in Economics, Associate Proffesor (PUET)

During the last decade, the problem of providing tourism enterprises with professional staff and recognition of their role in improving the